

рентоспособность и увеличивающими ее факторами;

- развитие стимулирующих конкурентоспособность факторов как на микроуровне, так и макроуровне;
- принятие управленческих решений должно основываться, прежде всего, на прогнозах.

Обоснование влияющих факторов с точки зрения предложенных выше критериев, выявление наиболее весомых, непосредственно влияющих, стимулирующих повышение и количественно измеряемых в управляемой среде с учетом региональной и отраслевой специфики позволит целенаправленно воздействовать на факторы конкурентоспособности строительной организации. Таким образом, данные исследования показывают, что:

- не существует полноценной стандартной методики оценки и управления конкурентоспособностью строительных организаций;
- предложение использовать в качестве основного показателя количество и объем заказов на производство строительно-монтажных работ, полученных в результате тендерных торгов, дает ограниченную оценку деятельности организаций, поскольку не учитывает, прежде всего, региональный уровень конкурентоспособности и производственные возможности строительных организаций.

1.Афанасьев М.П. Маркетинг: Стратегия и практика фирм. – М.: Финстатинформ, 1995. – 298 с.

2.Герчикова И.Н. Маркетинг и международное коммерческое дело. – М.: Внешторгиздат, 1990. – 264 с.

3.Долинская М.Г., Соловьев И.А. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. – М.: Изд-во стандартов, 1991. – 128 с.

4.Уткин Э.А. Курс менеджмента. – М.: Зеркало, 1998. – 448 с.

5.Яичников Е.А. Оценка конкурентоспособности строительной фирмы // Экономика строительства. – 1997. – 367 с.

Получено 14.04.2006

УДК 658.011

А.М.ТИМОНИН, канд. экон. наук, Е.И.ГУЛЯКИН

Харьковский национальный экономический университет

К ВОПРОСУ АДАПТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ К ИЗМЕНЕНИЯМ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Исследуется понятие адаптации в экономике, рассматриваются основные точки зрения по данному вопросу различных авторов. Предложена и описана авторская классификация видов экономических адаптаций.

Проблема адаптации предприятий к изменяющимся условиям внешней среды давно является одной из ключевых при обеспечении

стабильного развития. Особенно остро ощущается необходимость управления процессами адаптации предприятия при существенном изменении факторов внешней среды, вследствие активных интеграционных процессов (глобализации, полном или частичном слиянии экономики государств, вхождении в мировые торговые организации и т.д.). Причем в определениях понятий адаптации, адаптивности, адаптивной организационной структуры, саморегулирующихся систем, существует различное толкование:

- адаптация (от *лат.* *adaptatio* – приспособление) – приспособление экономической системы и ее отдельных субъектов, работников к изменяющимся условиям внешней среды, производства, труда, обмена, жизни. Например, при переходе от централизованной экономики к рыночной необходима адаптация предприятий и их работников к рыночной среде и к рыночным отношениям [1];
- адаптация – в теории систем – приспособление самоорганизующихся систем к изменяющимся условиям среды [2];
- адаптивность – способность системы приспосабливаться к различным условиям окружающей среды [2];
- адаптивная организационная структура (органическая структура) – организационная структура фирмы, гибко изменяющаяся, быстро приспосабливаемая к обновляющимся целям, задачам, функциям фирмы и переменам во внешней экономической среде, в условиях своей деятельности [3];
- саморегулирующаяся система (*autoregulative system*) – система с обратной связью, способная реагировать на внешние и внутренние изменения так, чтобы сохранялось состояние динамического равновесия [2].

Часто в литературе можно встретить адаптацию как элемент стратегического управления [4], вид управленческой деятельности [5], как принцип финансовой деятельности [6], как «процесс изменения свойств системы, позволяющий ей достигнуть наилучшего или, по крайней мере, приемлемого функционирования в изменяющихся условиях» или «процесс изменения параметров и структуры системы, а возможно, и управляющих воздействий на основе текущей информации с целью достижения определенного, обычно оптимального, состояния системы при начальной неопределенности и изменяющихся условиях работы» [7], как «процесс приспособления к изменяющимся условиям среды» [8]. Ее также определяют как намерение «выявлять все потребности рынка и угождать им» [9].

В связи с этим при исследовании проблем управления адаптацией отечественных предприятий к условиям мирового рынка, необходимо

иметь более полную классификацию видов экономических адаптаций и уточнить понятийный аппарат, поскольку существующий не объясняет сущности самого явления адаптации, не дает никаких его характеристик и разновидностей протекания данного процесса во времени.

Понятие адаптации широко применяется не только в экономике. Гораздо более глубоко оно изучено в медицине, биологии, антропологии и теории эволюции. Существенным служит тот факт, что объектом исследования здесь выступают сложные системы, которые также требуют учета постоянного взаимодействия с внешней средой, как и в экономике. Поэтому логично предположить, что применяемые в них подходы к классификации адаптаций после предварительного анализа можно использовать в экономических исследованиях.

На наш взгляд, адаптация может носить три смысловых оттенка. В первом случае существует адаптация как процесс, с помощью которого предприятие меняется и приспосабливается к условиям окружающей среды. Второе значение касается действительных взаимоотношений между предприятием и внешней средой. В третьем смысле адаптация означает степень соответствия между предприятием и средой.

Адаптация достигается посредством изменения целого ряда характеристик: маркетинговых, финансовых, технологических и характеристик менеджмента. Все это способы приспособления предприятия к требованиям окружающей среды.

Адаптация может быть социально-экономическим детерминированным процессом, возникающим в ответ на требования конкуренции, или реакцией предприятия, возникающей в ответ на изменения рыночных факторов.

В широком смысле, под адаптацией понимается гармония предприятия с внешней средой (рынком). «Адаптировать» – значит «прийти к соглашению», достичь по возможности наилучших условий... Адаптироваться к рынку означает согласиться с реалиями рынка и принять тот факт, что существуют строгие ограничения степени влияния убеждением на желания потребителя» [9].

В узком же смысле под адаптацией понимаются специальные свойства, способные обеспечить стабильное положение и дальнейшее развитие предприятия в конкретной рыночной среде.

Адаптация к одним факторам среды не обязательно останется приспособлением в других условиях (что особенно важно при интеграционных процессах и процессах глобализации, т.к. успешной адаптации к региональному рынку может оказаться недостаточно для продолжения деятельности на мировом рынке). Данный вид адаптации

можно характеризовать, как идиоадаптацию (от *греч.* «idios» — свой, своеобразный и адаптация), приспособление предприятия к конкретной рыночной среде, не сопровождающееся заметным изменением уровня организации.

Классификация адаптаций:

По происхождению различают преадаптивные, комбинаторные и постадаптивные адаптации:

1. В случае преадаптации потенциальные адаптационные явления возникают, опережая существующие условия. Инновационный процесс, процессы слияния и диверсификации приводят к накоплению у предприятий скрытого резерва приспособлений последующей изменчивости. При преадаптивном пути возникновения адаптаций нередко с успехом используются прежние особенности предприятия, возникшие в других условиях. При этом некоторые приспособления могут возникать, опережая рыночные условия, при которых они окажутся адаптациями (например, научные открытия на предприятии в той или иной области могут опережать технологические возможности их внедрения и использования).

2. При возникновении адаптаций комбинативным путем существенно взаимодействие новых приспособлений друг с другом и с внутренними процессами предприятия в целом. Эффект приспособлений зависит от той внутренней среды предприятия, в состав которой они войдут. Например, слияние предприятий дает разнообразное сочетание приспособлений одного предприятия с приспособлениями другого, что приводит к изменению эффекта адаптации, при этом может быть или усиление, или снижение его для предприятия. Во всех случаях создается реальная возможность для быстрой смены одних адаптаций другими. Комбинативный путь формирования адаптации, видимо, наиболее распространенный.

3. Постадаптивный путь возникновения адаптаций связан с редукцией ранее существовавшего приспособления в других целях – не тех, что определили его появление. При постадаптивном пути новые адаптации возникают посредством использования ранее существовавших структур в случае смены их функций (например конверсия на военных предприятиях). В случае установления в результате конкуренции положительной связи между такими приспособлениями и новыми условиями внешней рыночной среды они могут дать начало развитию новых приспособлений и характеристик адаптации.

Говоря об адаптации, нельзя не упомянуть о различных ее масштабах. Различают специализированные адаптации и общие.

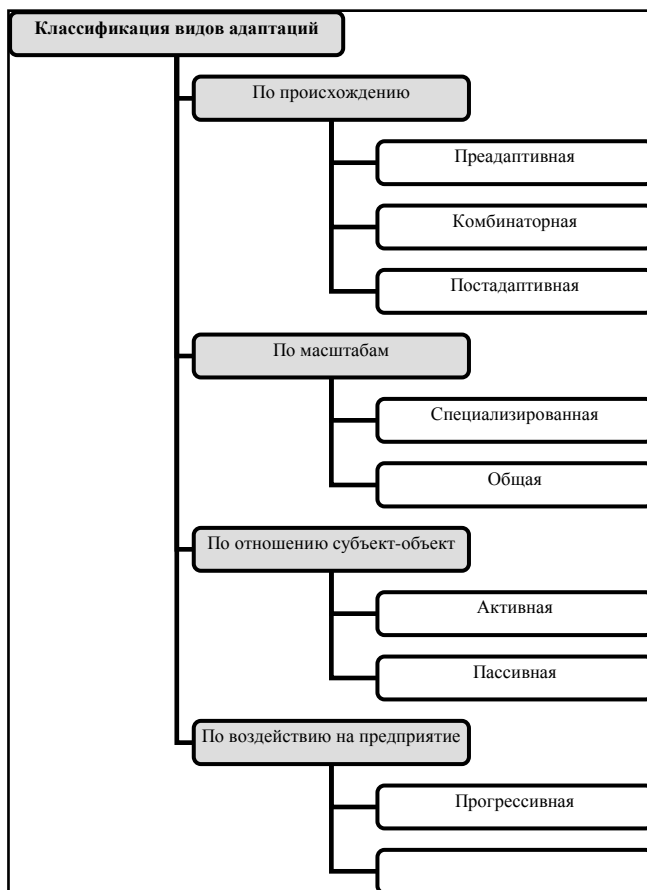
Специализированные адаптации пригодны в узкоотраслевых ус-

ловиях функционирования предприятия, в то время как общие адаптации пригодны в широком спектре условий рыночной среды.

По отношениям субъект-объект адаптации можно делить как: активную – когда предприятие стремится воздействовать на среду с тем, чтобы изменить ее; пассивную – когда он не стремится к такому воздействию и изменению.

По воздействию на предприятие: прогрессивная – благоприятно воздействующая на предприятие; регрессивная – адаптации к среде с отрицательным содержанием.

Классификация адаптаций представлена на рисунке.



Классификация видов экономических адаптаций

Таким образом, научно обоснована и интерпретирована к экономике классификация адаптаций, предложенная в медицине, биологии, антропологии и теории эволюции, которая в общем может иметь вид:

- по происхождению (преадаптивные, комбинаторные и постадаптивные адаптации);
- по масштабам (специализированные и общие адаптации);
- по отношению субъект-объект адаптации (активная и пассивная адаптации);
- по воздействию на предприятие (прогрессивная и регрессивная адаптации).

1.Словарь современных экономических и правовых терминов / Под ред. В.Н.Шимова, В.С.Каменкова. – Минск: Амалфея, 2002. – 816 с.

2.Служба тематических толковых словарей / www.glossary.ru.

3.Словарь экономических терминов / www.investbank.com.ua.

4.Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 160 с.

5.Серов Р.А., Городецкая Ю.В. Стратегическое планирование шаг назад? // Сборник материалов ШМ Регион. науч. конф. "Экономические процессы в Украине". – Донецк: ДНУ, 2003. – С.21-24.

6.Економічний Часопис-XXI №11-12'1999 Фінансова система. Геннадий Колесников. Доцент Волинського інститута економіки і менеджмента, кандидат технічних наук (г. Луцьк) / www.soskin.info.

7.Адаптивные системы. Вып.1 / Под ред. Л.А Растригина. – Рига: Зинатне, 1972. – 156 с.

8.Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р., Пуляев В.Т. Краткая экономическая энциклопедия. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 509 с.

9.О'Шонесси Дж. Конкурентный маркетинг – стратегический подход: Пер. с англ. / Под ред. Д.О.Ямпольской – СПб.: Питер, 2001 – 864 с.

Получено 15.03.2006

УДК 338.22

Л.М.НЕЛАПШИЙ

Харківський національний економічний університет

ОЦІНОЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ВИКОРИСТАННЯ МОТИВАЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розглядаються питання ефективності мотиваційних механізмів підприємницької діяльності і пропонується система показників, які б дозволили оцінити ефективність механізмів мотивації і їх вплив на діяльність підприємницької структури.

У сучасних умовах все більшої вагомості набуває питання підвищення ефективності функціонування підприємницьких структур. Серед різноманіття шляхів його вирішення особливої уваги заслуговує ідея використання мотиваційних механізмів, які б враховували спільність і відмінність інтересів підприємця, найманого працівника, заці-